

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Bisnis eceran, yang kini populer disebut dengan bisnis ritel, merupakan bisnis yang menghidupi banyak orang dan memberi banyak keuntungan bagi sementara orang lain. Pada saat krisis moneter melanda Indonesia di akhir tahun 1997, yang kemudian berkembang menjadi krisis ekonomi, perekonomian Indonesia banyak tertolong dengan bisnis eceran. Dibanyak negara, termasuk negara-negara terkemuka seperti Prancis, Inggris, dan AS, bisnis eceran merupakan salah satu keuntungan besar (Hendri, 2005: ii).

Bisnis eceran atau ritel menurut Philips Kottler adalah semua kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang atau jasa secara langsung ke konsumen akhir untuk penggunaan pribadi dan bukan bisnis. Pengecer atau toko eceran adalah usaha bisnis yang volume penjualannya terutama berasal dari penjualan (Philips Kottler, 2005: 215). Sebagaimana kita ketahui bahwa persaingan bisnis merupakan konsekuensi dari para pelaku usaha, tidak terkecuali perdagangan ritel di Indonesia. Persaingan bisnis ritel ini membelah menjadi dua blok, yang pertama blok ritel tradisional yang secara langsung diwakili oleh toko kelontong serta yang kedua adalah ritel modern yang diwakili minimarket seperti Indomart, Alfamart, Yomart dan lain sebagainya.

Menurut Kottler dalam mengklasifikasikan jenis pengecer salah satunya adalah toko kelontong yaitu toko yang pada umumnya berukuran relatif kecil

dan terletak di daerah pemukiman, dengan jam buka yang panjang, serta menjual lini produk kebutuhan sehari-hari (*convenience*) yang terbatas dengan tingkat perputaran yang tinggi (Philip Kotler, 2009: 141).

Penyebab terjadinya persaingan antara toko kelontong dengan minimarket adalah karena keduanya memiliki kesamaan dalam menjual produk kebutuhan sehari-hari, hanya model pelayanan dan fasilitas yang berbeda. Minimarket sebenarnya adalah semacam “toko kelontong” atau menjual macam barang makanan, namun tidak selengkap dan sebesar sebuah supermarket. Berbeda dengan toko kelontong, minimarket menerapkan sistem swalayan, dimana pembeli mengambil sendiri barang yang ia butuhkan dari rak-rak dagangan dan membayarnya di kasir ditambah lagi minimarket jam bukannya hingga 24 jam (<http://id.wikipedia.org>). Selain itu minimarket juga menawarkan kenyamanan belanja, kemudahan pembayaran, kualitas produk yang lebih baik, dan dapat berbelanja dalam satu tempat saja sehingga akan menghemat waktu dan tenaga (Harmazair, 2006: 327-328). Berbeda dengan toko kelontong yang kebanyakan masih bersifat tradisional dan konvensional, dimana pembeli tidak bisa mengambil barangnya sendiri, karena rak toko yang belum modern dan menjadi pembatas antara penjual dan pembeli (<http://id.wikipedia.org>). Perbedaan ini menjadikan keunggulan bagi minimarket sebagai ritel modern.

Penyebaran usaha minimarket atau ritel modern ini pada perkembangannya sudah mencapai daerah-daerah pinggiran dengan dominasi pemain-pemain *franchise* mapan. Lembaga riset Nielsen mencatat,

pertumbuhan minimarket sepanjang 2010 meningkat 42 persen dibanding tahun sebelumnya. Saat ini di seluruh Indonesia minimarket nyaris menembus angka 17 ribu. Pertumbuhan pesat minimarket ini dipicu pola konsumsi konsumen yang mengurangi intensitas belanja di pasar modern (*modern trade*) (<http://www.forumkami.net>).

Jumlah minimarket yang semakin bertambah menyebabkan persaingan yang ketat antara pedagang kelontong dengan minimarket. Di sebuah jalan misalnya, dapat kita jumpai minimarket waralaba dengan jarak beberapa meter bahkan tidak jarang saling berhadap-hadapan. Menurut Sekretaris Jendral Asosiasi Pedagang Pasar Seluruh Indonesia (APSI), Ngadiran mengatakan, “bahwa “minimarket” adalah jenis rayap pasar yang paling membahayakan. Mereka merusak tatanan ekonomi kerakyatan yang paling nyata. Bayangkan, ketika masyarakat akan pergi ke pasar tradisional atau warung terdekat, mereka akan lebih “terpesona” berbelanja di minimarket yang menjual berbagai kebutuhan, dengan harga relatif murah dan tempat yang nyaman” (Herman, 2011: 83). Dengan kondisi seperti itu keberadaan pedagang kelontong semakin terhimpit dalam persaingan yang ketat ini.

Menjamurnya minimarket pada satu sisi, menunjukkan perkembangan perekonomian yang bagus. Pertumbuhan minimarket hingga ke daerah-daerah merupakan eksen dari kemajuan perekonomian Indonesia secara makro. Namun di sisi lain, gairah ekonomi itu ternyata memicu keresahan dikalangan pedagang kelontong. Kehadiran ritel modern tersebut telah memunculkan iklim persaingan yang tidak sehat yang merugikan pedagang kelontong.

Tidak menutup kemungkinan, kondisi yang timpang tersebut juga berpotensi menumbuhkan benih-benih kecemburuan sosial di antara para pelaku usaha khususnya pedagang kelontong dengan modal terbatas, dengan kondisi usaha yang semakin terpuruk bahkan bisa mati, menurut Sekjen APPSI Ngadiran pertumbuhan minimarket pada satu titik lokasi otomatis mematikan minimal 20 warung masyarakat sehingga menurut Ngadiran “jika izin pendirian terus di keluarkan maka kelangsungan hidup masyarakat paling bawah akan punah” (<http://www.bisnis-jatim.com>).

Dalam Undang-Undang No. 9 tahun 1995 tentang usaha kecil dalam pasal 8 disebutkan bahwa pemerintah harus menjaga iklim usaha dalam kaitannya dengan persaingan, dengan membuat peraturan-peraturan yang diperlukan. Untuk melindungi usaha kecil, pemerintah juga harus menjegah pembentukan struktur pasar yang mengarah pada pembentukan monopoli, oligopoli, dan monopsoni yang merugikan (Arie, 2002: 73).

Pemerintah telah mengupayakan dalam hal ini dengan penataan minimarket sebagaimana telah diatur dalam Peraturan Presiden (perpres), no 112 tahun 2007 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional, pusat perbelanjaan, serta toko modern (biasa disebut perpres pasar modern), yang ditandatangani oleh presiden Susilo Bambang Yudoyono pada 27 Desember 2007 lalu. Dan dalam Peraturan Daerah No 2 tahun 2002 tentang perpasaran swasta, telah diatur bahwa jarak antara pasar tradisional dan modern minimal 2,5 kilometer. (<http://ditjenpdn.kemendag.go.id> )

Penataan tersebut di harapkan peran pemerintah dapat menjaga stabilitas pasar tradisional. Namun demikian bukan berarti setelah dikeluarkan perpres tersebut telah sesuai dengan apa yang diaharapkan karena masih ada toko modern yang keberadaannya dekat dengan pedagang kelontong seperti yang akan diteliti penulis.

Ekonomi Islam adalah praktik ekonomi yang beretika. Di dalam Islam, diharamkan sebagian menzalimi sebagian yang lain. Salah satu asas yang mendasari perekonomian Islam adalah asas saling menguntungkan dan tidak merugikan pihak lain. Meskipun di dalam Islam tidak melarang kebebasan dan berkreasi dalam melakukan usaha namun dalam hal kompetisi haruslah dengan persaingan yang sehat (Rianto, 2011: 13-14).

Dari latar belakang diatas penulis ingin melakukan sebuah penelitian di sebuah pasar di Kecamatan Sukoharjo yang bernama pasar Cuplik dimana sekitar pasar tersebut terdapat bangunan Indomaret dengan beberapa meter saja yaitu kurang dari batas minimal 1.000 meter seperti yang telah ditetapkan pemerintah Kabupaten Sukoharjo (<http://disperindag.sukoharjokab.go.id>).

Sedangkan di pasar tersebut terdapat pedagang-pedagang kelontong yang menjual komoditi seperti apa yang ada di Indomaret sehingga menurut penulis keberadaan Indomaret tersebut berpotensi mempengaruhi dampak negatif terhadap pendapatan pedagang kelontong oleh karena itu penulis mengambil sebuah judul **“DAMPAK KEBERADAAN INDOMARET TERHADAP PENDAPATAN PEDAGANG KELONTONG DI PASAR**

**CUPLIK KECAMATAN SUKOHARJO”** dan menganalisa dampak tersebut dalam pandangan hukum Islam.

## **B. Penegasan Istilah**

Dalam penulisan judul skripsi perlu adanya penegasan istilah. Hal ini dimaksudkan agar tidak terjadi kerancuan dalam menafsirkan judul skripsi. Istilah-istilah yang perlu ditegaskan diantaranya:

### **1. Dampak**

Dampak adalah pengaruh kuat yang mendatangkan akibat (baik negatif maupun positif). (Departemen Pendidikan Nasional, 2005: 234).

### **2. Indomaret**

Merupakan salah satu jenis toko modern yaitu minimarket sedangkan minimarket dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia di artikan sebagai pasar swalayan kecil karena pelayanan sendiri oleh pembeli karena perusahaan tidak menyediakan pramuniaga (Departemen Pendidikan Nasional, 2005: 743&1113).

### **3. Pendapatan**

Budiono (1992 : 180) mengemukakan bahwa pendapatan adalah hasil dari penjualan faktor-faktor produksi yang dimilikinya kepada sektor produksi. Sehingga dalam pengertian umum pendapatan adalah hasil pencaharian usaha.

### **4. Pedagang kelontong yaitu**

Pengertian pedagang dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan orang yang melakukan pekerjaan untuk mencari nafkah yang

berhubungan dengan menjual dan membeli barang untuk memperoleh keuntungan (Departemen Pendidikan Nasional, 2005: 229).

Pengertian kelontong menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu: alat kelentungan yang selalu disembunyikan oleh penjajah barang dagangan untuk menarik perhatian barang-barang dagangan untuk keperluan sehari-hari seperti sabun, sikat gigi, gelas, cangkir, mangkuk (Departemen Pendidikan Nasional, 2005: 535).

Sehingga pengertian pedagang kelontong yang dimaksud disini adalah pedagang eceran yang menjual keperluan sehari-hari dengan sistem pelayanan dan fasilitas yang tradisional.

Berdasarkan penjelasan beberapa istilah di atas, maka yang penulis maksud dari keseluruhan judul skripsi ini adalah mengamati secara seksama ada atau tidak dampak Indomaret terhadap pedagang kelontong di pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo.

### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas maka rumusan masalahnya adalah :

1. Sejauh mana dampak keberadaan Indomaret terhadap pendapatan pedagang kelontong pada pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo ?
2. Bagaimana pandangan Islam terhadap dampak keberadaan Indomaret terhadap pendapatan pedagang kelontong pada pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo.

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui dampak keberadaan Indomaret terhadap pendapatan pedagang kelontong di pasar Cuplik, Kecamatan Sukoharjo dan menganalisa dampak tersebut dalam pandangan Islam.

##### **2. Manfaat Penelitian**

Manfaat penelitian yang diambil dari penelitian ini adalah:

- a) Secara teoritis, semoga penelitian ini bermanfaat sebagai wujud pertumbuhan dan perkembangan ilmu pengetahuan. Selain itu, penelitian ini diharapkan bisa menjadi stimulus bagi penelitian selanjutnya. Sehingga proses pengkajian secara mendalam akan terus berlangsung dan memperoleh hasil yang maksimal.
- b) Secara praktis, semoga penelitian ini dapat memperlus khazanah keilmuan keislaman dalam bidang hukum Islam, bagi peneliti khususnya, dan bagi pembaca umumnya.

#### **E. Kajian Pustaka**

Kajian pustaka adalah hasil penelitian yang relevan dengan permasalahan. Fungsi kajian adalah mengemukakan secara sistematis hasil penelitian yang diperoleh terdahulu dan ada hubungannya dengan penelitian yang dilakukan.



Berdasarkan judul penelitian di atas, maka penulis menemukan beberapa hasil penelitian yang relevan untuk mendukung penelitian tersebut antara lain:

1. Alfionita, Meliza (UMS, 2011) dengan judul skripsi “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Minimarket Alfamart (Cabang Garuda Mas Surakarta)*” dengan kesimpulan:

Bahwa kualitas pelayanan, reputasi perusahaan, dan kelengkapan barang mempunyai pengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen Alfamart Cabang Garuda Mas dan kualitas pelayanan menjadi faktor dominan terhadap minat beli konsumen Alfamart Garuda Mas.

2. Penelitian yang dilakukan Husnul Chotimah (UIN MAULANA-IBRAHIM-MALIK 2010) dengan judul “*Analisis Aksibilitas Konsumen Pada Pasar Tradisional Dan Pasar Modern (Studi Pada Pasar Tradisional Wonokromo Dan Dtc/Darmo Trade Center Surabaya)*” dengan kesimpulan sebagai berikut:

Bahwa faktor-faktor yang paling dominan dipertimbangkan bagi konsumen pasar tradisional Wonokromo diantaranya adalah faktor produk, harga dan lokasi selain itu juga pertimbangan bagi konsumen DTC dan pasar tradisional Wonokromo lebih banyak atau beragam dalam memilih tempat belanja dari pada faktor-faktor yang dipertimbangkan konsumen pasar tradisional Wonokromo dalam memilih tempat belanja

3. Dalam jurnal elektronik, Wilda Nuraftia Naully dan Irawati (2011) yang berjudul “*Dampak Pendirian Minimarket Terhadap Omset Pedagang*

*Tradisional Di Desa Karang Asih Kecamatan Cikarang Utara Kabupaten Bekasi (Studi Kebijakan Peraturan Bupati Nomor 16 Tahun 2007)”.  
Dengan kesimpulan sebagai berikut:*

Bahwa setelah melakukan penelitian di pasar tersebut dampak dari kebijakan diperbolehkannya berdirinya minimarket adalah menurunnya omset pedagang tradisional. 80% pedagang mengalami penurunan omset 25% - 60% dari omset sebelum berdirinya minimarket. Bahkan 20% dari 80% pedagang yang terkena dampak terpaksa menutup usaha atau beralih usaha lain padahal usaha tersebut sebagai mata pencahariannya.

Penelitian yang akan dilakukan penulis hampir sama dengan penelitian diatas, yaitu berkenaan dampak toko modern terhadap toko tradisional hanya saja penelitian penulis bersifat pengembangan dari penelitian sebelumnya yaitu melihat dampak tersebut dari pandangan hukum Islam.

## **F. Metode Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan untuk penulisan skripsi, diantaranya:

### **1. Jenis Penelitian**

Ditinjau dari jenis penelitiannya, maka penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*Field Research*). Adapun pendekatan yang digunakan adalah metode pendekatan yang digunakan adalah metode kualitatif, yakni sebagai prosedurnya penelitian yang menghasilkan data diskriptif berupa

kata-kata yang tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati (Moleong, Lexy, 1990: 3)

Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan pendapatan para pedagang kelontong pasar Cuplik sebelum dan sesudah adanya Indomaret.

## 2. Objek penelitian

Yang menjadi objek pada penelitian ini adalah pedagang kelontong pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo.

## 4. Metode Pengambilan Data

Dalam suatu penelitian, peneliti harus menentukan metode apa yang akan digunakan untuk mengumpulkan data dalam rangka menjawab masalah penelitian. Metode penelitian pengumpulan data yang digunakan;

### a. Metode interview (wawancara)

Interview merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti untuk mendapatkan keterangan-keterangan lisan melalui bercakap-cakap dan berhadapan muka dengan orang yang memberi keterangan (Madralsis, 2006: 24).

Metode wawancara dapat di pandang sebagai metode pengumpulan data dengan jalan tanya-jawab sepihak yang di kerjakan secara sistematis dan berlandaskan pada tujuan penelitian. Wawancara yang di lakukan bersifat santai, ringan, bersahabat dan pertanyaan-pertanyaan yang di ajukan tidak bersifat mengintrogasi, melainkan

semata hanya bermaksud untuk memperoleh data yang diinginkan untuk menyelesaikan penulisan penelitian ( Hadi sutrisna, 1984: 193).

Teknik wawancara yang akan digunakan adalah dengan menggali informasi dengan cara tanya jawab yang dilakukan secara sistematis dan berdasar pada tujuan penelitian atau dilakukan dengan cara interview kepada pedagang kelontong pasar Cuplik serta pengelola pasar Cuplik terkait dengan adanya Indomaret. Wawancara dilakukan secara terfokus pada masalah penelitian dimana pertanyaan penelitian telah diformulasikan sebelum wawancara dilakukan. Wawancara akan dilakukan sesuai dengan keperluan penelitian.

b. Metode observasi

Metode observasi adalah dasar ilmu dan dasar untuk mengetahui kebenaran ilmu. Observasi harus di lakukan secara sistematis agar sedapat mungkin data yang didapatkan benar-benar valid (Nasution,1991: 152).

Dalam melakukan observasi peneliti akan mencatat data hasil dari pengamatan yang berasal dari buku induk pasar Cuplik berkaitan jumlah pedagang pasar dan jenis pedagang, aktivitas pedagang dan retribusi pedagang pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo, aktifitas Indomaret dan membandingkan harga Indomaret dengan toko kelontong. Serta data-data yang dibutuhkan guna kesuksesan dalam melakukan observasi yang mendukung masalah yang akan diteliti.

c. Metode dokumentasi

Pada saat melakukan penelitian dengan menggunakan metode dokumentasi penulis menyelidiki benda-benda yang nyata dan tertulis seperti buku-buku jurnal, dokumen, majalah, surat-surat, tata tertib pengelolaan, hasil-hasil rapat maupun catatan harian dari para pengelola, serta peneliti juga akan mempelajari petunjuk teknis operasional (Suharsimi, 1998: 149).

Dari hasil wawancara yang dilakukan di objek penelitian, selanjutnya informasi yang diperoleh dicatat untuk bahan kajian sesuai dengan permasalahan penelitian. Kemudian dilakukan pengamatan dan analisis terhadap dokumen berupa pendapatan pedagang kelontong sebelum dan sesudah adanya Indomaret.

5. Sumber Data

a. Data Primer

Data primer juga merupakan data yang diperoleh langsung dari sumbernya, diamati dan dicatat untuk pertama kalinya (Marzuki, 2002: 55). Peneliti akan melakukan dan menggunakan data dari hasil wawancara terhadap pedagang kelontong yang berjualan di pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo yang terkait langsung mengenai dampak berdirinya Indomaret terhadap pendapatan pedagang tersebut sebagai data yang akan diteliti.

b. Data Sekunder

Selain menggunakan buku atau referensi utama, penulis juga menggunakan buku atau referensi sekunder (penunjang) sebagai bahan

tambahan untuk lebih memperjelas dalam melakukan penelitian terhadap masalah ini. Terdapat pula penulis peroleh dari internet.

#### **G. Metode Analisis Data**

Analisis data merupakan upaya mencari dan menata secara sistematis catatan hasil observasi, wawancara dan lainnya untuk meningkatkan pemahaman peneliti tentang kasus yang diteliti dan menyajikan sebagai temuan bagi orang lain. (Neong, 1989).

Setelah data terkumpul, maka langkah selanjutnya adalah menganalisis data untuk memperoleh kesimpulan. Dalam menganalisis data tersebut dilakukan secara diskriptif dengan menggunakan metode induktif.

Metode induktif adalah pembahasan masalah yang berangkat dari fakta-fakta khusus, peristiwa-peristiwa yang kongkrit, kemudian dari fakta-fakta atau peristiwa-peristiwa yang khusus dan kongkrit itu di generalisasikan yang mempunyai sifat umum.

Peneliti akan melakukan dan menggunakan data dari hasil wawancara terhadap pedagang kelontong yang berdagang di pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo yang terkait langsung mengenai dampak berdirinya Indomaret terhadap pendapatan pedagang tersebut sebagai data yang akan diteliti.

#### **H. Sistematika penulisan**

Rangkaian penulisan skripsi ini disusun dengan menggunakan uraian yang sistematis untuk mempermudah proses pengkajian dan pemahaman terhadap persoalan yang ada. Adapun wujud dari susunan sistematikanya adalah sebagai berikut:

Bab I Pendahuluan, meliputi latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

Bab II Landasan teori meliputi azas-azas ekonomi Islam yang terdiri dari Pengertian Ekonomi Islam, Rancang bangun ekonomi Islam, Masalah Mursalah Dalam Penerapan Ekonomi Islam, Etika bisnis Islam, Prinsip Etika Bisnis Islam, Persaingan bisnis dalam Islam.

Bab III Membahas tentang gambaran umum daerah penelitian yaitu pasar Cuplik dan Indomaret Kecamatan Sukoharjo dan dampak pedagang kelontong sebelum dan sesudah adanya Indomaret di Pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo

Bab IV Berisi tentang analisis dampak setelah keberadaan Indomaret terhadap pendapatan pedagang kelontong di pasar Cuplik. Pada bab ini akan diterangkan mengenai analisis dampak keberadaan Indomaret terhadap pendapatan pedagang di pasar Cuplik Kecamatan Sukoharjo dalam pandangan Islam.

Bab V Penutup, meliputi kesimpulan, saran-saran dan penutup.